

## فهرست پژوهش‌های منتشر شده سازمان

صفحه	عنوان پژوهش	
	<b>مرکز تحقیقات</b>	
۱۶	نظرسنجی از مردم تهران درباره فیلم‌های سینمایی و سریال‌های پخش شده از تلویزیون در هفته دوم آبان ماه ۸۵	پژوهش‌های رسانه
۱۷	نظرسنجی از مردم تهران درباره فیلم‌های سینمایی و سریال‌های پخش شده از تلویزیون در هفته سوم آبان ماه ۸۵	
۱۷	نظرسنجی از مردم تهران درباره فیلم‌های سینمایی و سریال‌های پخش شده از تلویزیون در هفته چهارم آبان ماه ۸۵	
۱۷	نظرسنجی از مردم تهران درباره فیلم‌های سینمایی و سریال‌های پخش شده از تلویزیون در هفته آخر آبان ماه ۸۵	
۱۸	نظرسنجی از مردم تهران درباره فیلم‌های سینمایی و سریال‌های پخش شده از تلویزیون در هفته اول آذر ۸۵	
۱۸	نظرسنجی از مردم درباره اخبار ساعت ۲۰:۳۰ شبکه دوم	
۱۹	نظرسنجی از مردم تهران درباره برنامه وقف میراث جاودان	
۱۹	نظرسنجی از مردم تهران درباره برنامه‌های رادیو فرهنگ	
۱۹	نظرسنجی از مردم تهران درباره بیماری ایدز	
۲۰	بررسی میزان امید به آینده در نوجوانان و جوانان تهرانی	
۲۰	نظرسنجی از مردم تهران درباره برنامه امروز تهران	
۲۰	نظرسنجی از مردم درباره اخبار صداوسیما	
۲۰	تحلیل محتوای خشونت در فیلم‌های سینمایی و سریال‌های شبکه‌های ۱، ۳ و ۵	
۲۱	نظرسنجی از مردم تهران درباره برنامه‌های رادیو سراسری (ایران)	
۲۱	نظرسنجی از والدین دارای فرزند ۷ تا ۱۲ ساله درباره تأثیرات تلویزیون بر کودکان	
۲۱	نظرسنجی از خردسالان و کودکان ۳ تا ۹ ساله درباره برنامه‌های رنگین کمان و دردونه‌ها	
۲۲	بررسی میزان اطلاع کودکان و نوجوانان از زندگی پیامبر (ص)	
۲۲	نظرسنجی از مردم درباره اخبار ساعت ۱۴ شبکه اول	
	<b>مرکز تحقیقات</b>	
۱۸	بررسی نمایش انواع ارتباط زن و مرد در سریال‌های تلویزیونی	ارتباطات و رسانه
	<b>اداره کل پژوهش‌های سیما</b>	
۲۴	فرهنگ سیاسی از رهگذر تلویزیون؛ مروری بر یک مطالعه تجربی	
	<b>اداره کل پژوهش‌های سیاسی</b>	
۲۴	بایسته‌های تولید اخبار تلویزیونی	
۲۵	مدیریت پیام در اسلام	
	<b>مرکز پژوهش‌های اسلامی</b>	
۲۳	سفیر ولایت؛ سیری در زندگانی حضرت مسلم بن عقیل علیه السلام	تاریخ
۲۳	در قلمرو آفتاب؛ داستان‌هایی از سیره اخلاقی پیشوایان معصوم علیهم السلام	
	<b>مرکز تحقیقات</b>	
۱۶	منبع‌شناسی تاریخ تمدن اسلامی	



## مرکز پژوهش‌های اسلامی

۱۳۸۵، ۱۸۳ ص.

مسلم بن عقیل علیه السلام از شخصیت‌های سرشناس تاریخ اسلام است که در قیام شکوهمند عاشورا نقش مهمی داشت. او از سوی امام حسین علیه السلام مأموریت یافت شهر کوفه را به کانون انقلاب حسینی تبدیل کند زیرا کوفیان امام را به شهر خود دعوت کرده بودند ولی پس از اعزام مسلم به کوفه، برخی هواداران حاکمیت اموی از جریان آگاه شدند و یزید را با خبر کردند. از آنجا که حکومت یزید تازه استقرار یافته بود، وی تصمیم گرفت این تحرکات



سیاسی را به شدت سرکوب کند و برای این کار، از عبیدالله بن زیاد بهره گرفت. اندکی پس از ورود مسلم بن عقیل علیه السلام به کوفه و آغاز فعالیت او برای جلب و جذب منابع مالی و انسانی و زمینه‌سازی قیام امام حسین علیه السلام، عبیدالله به کوفه آمد و موفق شد با به راه انداختن جنگ روانی و برقرار ساختن فضای رعب و وحشت، بیعت کوفیان را با سفیر امام سست کند و آنان را از گردایشان پراکنده سازد. تبلیغات منفی عبیدالله تأثیر فراوانی بر کوفیان گذاشت و در جلوگیری از یاری رساندن آنان به فرستاده امام مؤثر واقع شد. مسلم که با بیعت شکنی کوفیان روبه‌رو نشده بود، پس از مدتی دستگیر شد و در برابر چشمان حیرت‌زده کوفیان به شهادت رسید. آنگاه عبیدالله سر ایشان را برای اظهار شایستگی و نشان دادن

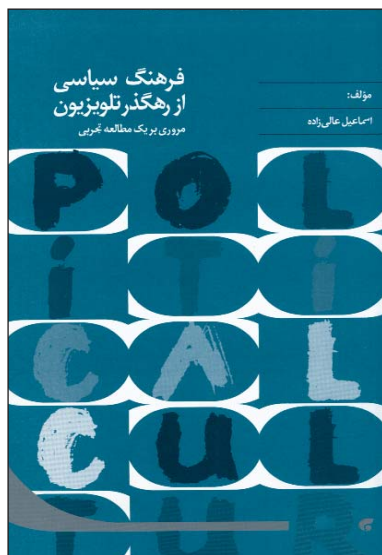
وفاداری اش، برای یزید در شام فرستاد. بدین ترتیب، قیام مسلم بن عقیل علیه السلام در کوفه با شهادت او و برخی شخصیت‌های سرشناس به پایان رسید البته پس از شهادت مسلم و یارانش، ندای حق طلبی شیعیان خاموش نشد و پس از آن، قیام‌های دیگری در کوفه از جمله قیام توابین و قیام مختار شکل گرفت. آنچه تاریخ تا ابد فراموش نخواهد کرد، خیانت کوفیان به امام حسین علیه السلام و فرستاده ایشان، مسلم بن عقیل علیه السلام است. از آن پس، مثل آنان بر سر زبان‌ها افتاد که «کوفی وفا ندارد». مجموعه حاضر، نگاهی است تحلیلی به زندگانی مسلم بن عقیل علیه السلام تا دریچه‌ای به روشنائی زندگانی این شخصیت برجسته قیام عاشورا باشد. مجموعه پیش رو با نگاهی گذرا به زندگانی و ویژگی‌های فردی حضرت مسلم علیه السلام تلاش‌های او را پیش از حادثه کربلا بررسی کرده است و به نقش حساس آن بزرگوار در نهضت حسینی و نبرد و شهادت و پی‌آمدهای شهادت ایشان پرداخته است. در ادامه، درباره تاریخچه ساخت و نمای کنونی آرامگاه وی مطالبی آمده است و سپس گلبه‌ریگی از متون ادب پارسی درباره حضرت مسلم علیه السلام آورده شده است تا در برنامه‌سازی‌ها به کار آید.

● در قلمرو آفتاب؛ داستان‌هایی از سیره اخلاقی پیشوایان معصوم علیهم السلام، هادی منش، ابوالفضل، آذر ۱۳۸۵، ۲۶۰ ص.

انسان برای رشد و بالندگی و رسیدن به کمالات اخلاقی به شناخت نیاز دارد. شناخت گاه از راه تحصیل معارف توحیدی و اخلاقی و گاه از راه شناخت نمونه‌های عملی و به تعبیر دیگر الگوهای اخلاقی ایجاد می‌شود. سیره معصومان علیهم السلام یکی از منابع شناخت آموزه‌های اسلام است. بدون این شناخت و بدون پیروی از کردار و گفتار معصومان علیهم السلام، دین کامل نمی‌شود زیرا آنان از ناحیه خداوند پاک و مطهر معرفی شده‌اند و اقتدا به آنان مایه رستگاری در دنیا و آخرت است. شایسته است مسلمانان با الگوپذیری از برگزیدگان الهی، دل‌های خود را از نور ایمان لبریز کنند. این نوشتار می‌کوشد با معرفی نمونه‌هایی از سیره رفتاری معصومان علیهم السلام در عرصه‌های فردی، خانوادگی و اجتماعی، برنامه‌سازان را در ساخت برنامه‌های پرمحتوا و سازنده یاری رساند و زمینه‌های گسترش فرهنگ اصیل



رابطه به دست آید. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد بین میزان استفاده از سیمای جمهوری اسلامی ایران و تمایل به سازگاری با فرهنگ سیاسی ترویج شده از سوی نظام سیاسی، رابطه‌ای مثبت و مستقیم وجود دارد. بدین معنی که

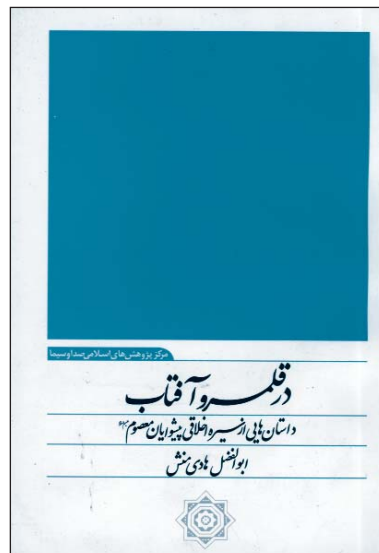


با افزایش میزان استفاده از این رسانه، شدت رابطه فوق بیش‌تر می‌شود. همچنین این بررسی مشخص می‌کند که فرهنگ سیاسی عامه مردم، ترکیبی از فرهنگ سیاسی ذهنی و مشارکتی است و عموماً جنبه پیرو و منشاها دارد و رسانه‌ای چون تلویزیون در شکل‌گیری چنین فرهنگی دخیل است.

● **بایسته‌های تولید اخبار تلویزیونی، حیدری، پروین، ۵۰ ص.**

### اداره کل پژوهش‌های سیاسی

خبری که از طریق رسانه به مردم می‌رسد، باید درست، روشن، جامع و نیز دارای ارزش‌های خبری باشد. در واقع می‌توان گفت: «خبر گزارشی از رویدادهای واقعی و عینی است که دارای یک یا چند ارزش خبری است». در این تحقیق بنا بر ضرورت‌های موجود در عرصه‌ی خبر مطالبی چند شامل فضاسازی خبری، طراحی کپشن، هدلاین در خبر، ساندبایت در خبر، اجزای جدایی‌ناپذیر در تحلیل اخبار تلویزیونی و ساختار نوین طراحی خبر مورد بررسی قرار گرفته‌اند و در ابتدای تحقیق، تعاریفی کوتاه از ارزش‌های



اسلامی را در جامعه فراهم سازد.

● **فرهنگ سیاسی از رهگذر تلویزیون؛ مروری بر یک مطالعه تجربی، عالی زاده، اسماعیل، تهران، اداره**

### اداره کل پژوهش‌های سیما

کل پژوهش‌های سیما، چاپ اول، ۱۳۸۵، ۶۹ ص.

امروزه تلویزیون نزد بسیاری از اعضای جامعه مهم‌ترین وسیله ارتباطی است. گستره پوشش این رسانه موجب شده است از این وسیله ارتباطی با عنوان «عمده‌ترین جریان اجتماعی شدن سیاسی» یاد شود. این رسانه در واقع نهادی اجتماعی است؛ نهادی که تمامی عرصه‌های فردی و اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. نقش تعیین‌کننده و معناداری در شکل‌گیری باورها، ایستارها و نگرش‌های سیاسی اعضای جامعه دارد و منبع مهمی برای تبلیغ و ترویج ارزش‌های سیاسی به شمار می‌رود. تلویزیون، از طریق فرآیند اجتماعی شدن سیاسی، الگوهای فوق و در نتیجه فرهنگ سیاسی پذیرفته شده از سوی نظام سیاسی را تا حد زیادی هدایت و کنترل می‌کند و زمینه بروز کنش و رفتارهای سیاسی مشخصی را فراهم می‌سازد. اهمیت رابطه یاد شده (رابطه تلویزیون و فرهنگ سیاسی)، زمینه شکل‌گیری این پژوهش را فراهم آورده که هدف اساسی آن شناخت اثرگذاری سیمای جمهوری اسلامی ایران بر فرهنگ سیاسی جامعه است تا چشم‌اندازی جدید از این



اعضای جامعه با نظریه‌ها و دیدگاه‌های حاکم بر نخبگان، دولتمردان و سرمداران آن نظام یا دولت درباره فرهنگ و جامعه و ارتباطات سروکار دارد. از این رو با توجه به این مطالب و نیز اینکه به نحو عام علوم انسانی (humanities) و به نحو خاص علوم ارتباطی و رسانه‌ای از خاستگاه غربی و غربی وارد کشورمان شده است برای از میان بردن شکاف بین مطبوعات و رسانه‌ها با مردم جامعه اسلامی باید به بازتعریف و مفهوم‌سازی دوباره پیرامون مفاهیم اصلی علوم انسانی بویژه علوم ارتباطات و رسانه پرداخت. این نوشتار در دو بخش (بخش اول: مطبوعات و رسانه‌ها و بخش دوم: مدیریت پیام در اسلام) سعی دارد چارچوب روشنی از این مسئله ارائه دهد. در بخش نخست با طرح مباحثی همچون «مبانی نظری تئوری‌های ارتباطی - رسانه‌ای در غرب» به نحو محمل نظریه‌های رسانه‌ای غرب مطرح و نقد و بررسی می‌شوند و آنگاه به «کالبدشکافی مطبوعات در ایران» با بررسی و نقد شش دوره مطبوعات با این پیش فرض که همگی وارداتی بوده و منجر به شکاف عمیق بین رسانه‌ها و مردم شده‌اند پرداخته می‌شود. سرانجام «مؤلفه‌ها و مختصات مطبوعات و رسانه‌های اسلامی» مورد بررسی قرار می‌گیرد در بخش دوم ابتدا به تعریفی اجمالی از فرهنگ و ارشاد و پیام‌بسنده شده و سپس با طرح فرهنگ حسی و فرهنگ اعتقادی بنا بر مباحثی که در بخش نخست طرح شده‌اند به تمایز اساسی و ریشه‌ای فرهنگ غرب با فرهنگ اسلامی پرداخته شده است و در ادامه در بحث «فرآیند ارتباط در یک نظام مطبوعاتی و رسانه‌ای» از تولید تا توزیع به هشت متغیر اشاره شده است که در فرهنگ غرب بنا بر نوع گناه خاص (لیبرالیستی)، اقتدارگرا و ...) تعریف و تبیین می‌شوند. در این بخش ادعا شده است می‌توان بر مبنا و خاستگاه فرهنگ اسلامی به تعریف و تولید نظریه‌های اسلامی در این باره همت گمارد. پس از این با طرح دو بحث «صفات و ویژگی‌های ایجابی پیام در اسلام» و «صفات و ویژگی‌های سلبی یا منفی پیام در اسلام» نشان داده شده که «مدیریت پیام در اسلام» وجود داشته و دارد و با تعریف و تبیین این ویژگی‌ها (اعم از ایجابی و سلبی) می‌توان دایره و حدود مدیریت پیام در اسلام را مشخص کرد.

هفت‌گانه خبری مورد نظر گالتونگ و روژه و برجسته‌سازی در خبر ارائه شده است. در بخش مربوط به فضا‌سازی خبری موضوعاتی از قبیل طراحی کپشن، آرم خبر و هدلاین‌های خبر مورد توجه قرار گرفته و در مورد هر یک از آنها به تفصیل صحبت به میان آمده است. در ادامه ساختار یک بولتن خبری و فرآورده‌های موجود در آن مورد بررسی قرار گرفته و اجزای جدایی‌ناپذیر در تحلیل اخبار تلویزیونی آورده شده است. در بخش پایانی تحقیق گفته شده است ساختار سنتی طراحی و ارائه خبر لازم است جای خود را به طراحی خبری نوین بدهد. بنابراین طراحان خبری، باید به صورت هم‌زمان بر روی موضوعات کلیدی و مهم و نیز رویدادهای غیرمنتظره احتمالی تمرکز کنند. از این رو، روندها و رویدادهایی که به باورها و نظام‌های ارزشی مردم شکل می‌دهند، لازم است در کانون دید طراحان خبری قرار گیرند.

#### ● مدیریت پیام در اسلام، حبیب‌اللهی، ۵۲ ص.

انقلاب اسلامی در این دو دهه موفق شده است الگوهای اصیل، مستقل و اسلامی در نهادهای مختلف حکومت و دولت به ویژه در قوای سه‌گانه مجریه، مقننه و قضاییه ارائه دهد. مقام رهبری و نهاد ولایت فقیه اصیل‌ترین و بهترین نمونه از ابتکارات انقلاب اسلامی هستند و شورای نگهبان مجلس خبرگان و بسیاری دیگر از سازمان‌های امروری مثال روشنی از نهادهای انقلاب جمهوری اسلامی ایران به شمار می‌روند اما به نظر می‌رسد در تفکر و سازمان‌دهی و اجرای یک الگوی انقلابی و اسلامی که کل نظام مطبوعاتی و رسانه‌ای را در بر گیرد، غفلت شده است. تحقیقات نیم قرن اخیر درباره مطبوعات و نظام‌های رسانه‌ای کشورهای و مناطق مختلف نشان می‌دهد همواره رابطه مستقیمی بین الگوی مطبوعات و الگوی سیاسی و اقتصادی هر نظام وجود دارد. از این رو پرسشی که مطرح می‌شود این است که آیا یک نظام مطبوعاتی که مخلوطی از ایده‌ها و ارزش‌ها و الگوهای لیبرالیستی و غیرلیبرالیستی غرب است می‌تواند محافظ نظام انقلابی و اسلامی ایران باشد؟ پرسش دیگر این است که آیا در قانون‌گذاری مطبوعات در ایران ما باید به قوانین و مقررات و ارزش‌های کشورهای دیگر نگاه کنیم یا مصالح جامعه و نظام را در درجه بالاتر قرار دهیم؟ سیاستگذاری، برنامه‌ریزی و به طور کلی استراتژی یک نظام یا دولت در توسعه، ترویج، فرهنگ، ارشاد و هدایت

## مرکز تحقیقات صدا و سیما

### ● نظرسنجی از مردم تهران درباره فیلم‌های سینمایی و سریال‌های پخش شده از تلویزیون در هفته دوم آبان ماه ۸۵، خضریان، عاطفه، آبان ۱۳۸۵.

براساس نتایج به دست آمده از این نظرسنجی بین فیلم‌های سینمایی پخش شده در هفته دوم آبان ماه، فیلم سینمایی «حمله زنبورها» (۳۳/۸ درصد) از شبکه سه، بیشترین درصد بیننده و رضایت را به خود اختصاص داده است. در این هفته ۱۶ فیلم سینمایی از پنج شبکه تلویزیون پخش شده که در مجموع، ۵۳/۴ درصد پاسخگویان، حداقل یکی از آنها را تماشا کرده‌اند. در هفته مورد بررسی از کشور آمریکا ۸ فیلم، ایران ۲ فیلم، هند ۲ فیلم و از هر یک از کشورهای ایرلند، کانادا، مجارستان و انگلیس ۱ فیلم پخش شده است. در بررسی سریال‌ها به دلیل اینکه برخی از آنها یک بار در هفته و برخی ۶ یا ۷ روز در هفته پخش می‌شوند و این امر بر میزان پیگیری بینندگان مؤثر است، نتایج در دو بخش سریال هفتگی و روزانه ارزیابی شد. در مجموع ۷۴/۸ درصد پاسخگویان، حداقل یکی از سریال‌های پخش شده (هفتگی یا روزانه) را در هفته دوم آبان ماه تماشا کرده‌اند. در میان سریال‌ها، با پخش یک بار در هفته، سریال «اولین شب آرامش» (۶۳/۲ درصد) بیشترین میزان بیننده و رضایت را کسب کرده است. همچنین در میان شش سریال روزانه‌ای که در هفته از تلویزیون پخش شده‌اند سه سریال ایرانی و سه سریال خارجی بوده‌اند که بین آنها سریال خارجی «مدیرکل» (۳۴/۱ درصد) بیشترین میزان بیننده و رضایت را به دست آورده است.

### ● منبع‌شناسی تاریخ تمدن اسلامی، حسنی فر، عبدالرحمن، ۱۸۸ ص.

تمدن اسلام که طی چندین قرن بر جغرافیای جهان سیطره داشته و مرکزیت آن جهان اسلام بوده واقعیتی است انکارناپذیر که در آن مسلمانان و نظام اسلامی در زمانی خاص توانسته بودند با امکانات مادی و معنوی خود

## معرفی از: آذر قربانخانی

سرمنشأ و سرچشمه جریانات فکری و اقدامات علمی و عملی بزرگی باشند. شاید به تعبیری بتوان تمدن را گستره‌ای تعریف کرد که به ابعاد سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی در کنار ابعاد علمی و جلوه‌های مادی آن اشاره دارد این تعبیر بر این باور است که مسلمانان در همه ابعاد سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی از لحاظ علمی و فنی سرآمد بوده‌اند به تعبیر دیگر، تمدن به معنای رشد و شکوفایی علمی است یعنی مسلمانان در علوم مختلف از لحاظ دانشمندان پیشرو و متفکر در حوزه‌های گوناگون و از لحاظ ساخت ابزارآلات پیشرفته، وجودزمینه و شرایط رشد و همچنین آثار مادی علوم (معماری، بیمارستان‌سازی، دانشگاه و مدرسه‌سازی و مساجد) موفق بوده‌اند. به طور کلی می‌توان ادعا کرد تمدن اسلامی که از آبخوری دینی و مذهبی آغاز شده بود با بهره‌گیری از این سرچشمه خاص توانست در دنیا و ظهورات دنیوی نیز به قله‌های رفیع دست یابد و حتی خود کاشف و خالق اشیا و اندیشه‌های جدید باشد. این حرکت و نهضت به واسطه تمدن اسلامی از «متافیزیک» آغاز و به «فیزیک» منجر می‌شود تمدن اسلامی در تعابیر متفاوت آن بخصوص در بعد علمی از سابقه و میراث پرتوان تاریخی قابل توجهی برخوردار است که به واسطه آن می‌توان یک بار دیگر آن را بازیافت یکی از قدم‌های اولیه برای آگاهی، شناخت همه جانبه میراث گذشته از لحاظ کمی و کیفی است قدم بعدی رجوع به این ابعاد و کمیات با نگاه مسئله محور است. در این اثر به معرفی منابع علمی موجود، اعم از آثار علمی، فرهنگی و تمدنی است اول باقی مانده از آن دوران و همچنین آثار نویسندگان و اندیشمندان مسلمان و غیرمسلمان درباره تمدن اسلامی پرداخته شده است که به تعبیری در جهت قدم اولی است که ذکر شد. در قدم‌های بعدی می‌توان با استفاده از منابع احصا شده به کارهای تحقیقاتی عمیق‌تر و تخصصی‌تر هم در زمینه علوم به طور خاص برای احیا دوباره آنها و هم در زمینه رابطه فیزیک و متافیزیک دست زد در قدم اول یعنی گردآوری و تنظیم آثار علمی مربوط به تمدن اسلامی به معرفی گزیده‌ای از آثار فارسی، عربی و لاتین پیرامون تمدن اسلامی پرداخته شده است که فقط کتاب‌ها را شامل می‌شود هدف از این گردآوری، شناسایی منابع تمدن اسلامی است تا راه برای





### ● نظرسنجی از مردم تهران درباره فیلم‌های سینمایی و سریال‌های پخش شده از تلویزیون در هفته چهارم آبان ماه ۸۵، خضریان، عاطفه، آبان ۱۳۸۵.

نتایج این نظرسنجی نشان می‌دهد در بین فیلم‌های سینمایی پخش شده در هفته چهارم آبان ماه، فیلم سینمایی «تغییر چهره» (۲۱/۷ درصد) از شبکه دو، بیشترین درصد بیننده و رضایت را به خود اختصاص داده است. در این هفته ۱۵ فیلم سینمایی از پنج شبکه تلویزیون پخش شده که در مجموع، ۵۲/۸ درصد پاسخگویان، حداقل یکی از آنها را تماشا کرده‌اند. در هفته مورد بررسی از کشور آمریکا ۸ فیلم، از ایران ۲ فیلم و از هر یک از کشورهای هنگ کنگ، ایتالیا، فرانسه، آلمان و چین ۱ فیلم پخش شده است. در بررسی سریال‌ها به دلیل اینکه برخی از آنها یک بار در هفته و برخی ۶ یا ۷ روز در هفته پخش می‌شوند و این امر بر میزان پیگیری بینندگان مؤثر است، نتایج در دو بخش سریال هفتگی و روزانه ارزیابی می‌شد. در مجموع ۸۸/۳ درصد پاسخگویان، حداقل یکی از سریال‌های پخش شده (هفتگی یا روزانه) را در هفته چهارم آبان ماه تماشا کرده‌اند. در میان سریال‌ها، با پخش یک بار در هفته، سریال «کلانتر» (۵۱/۷ درصد) بیشترین میزان بیننده و رضایت را کسب کرده است. همچنین میان سریال روزانه‌ای که در هفته از تلویزیون پخش شده‌اند، ۷ سریال ایرانی و ۳ سریال خارجی بوده‌اند که در بین آنها سریال ایرانی «کارآگاه رشید» (۵۸ درصد) بیشترین میزان بیننده و رضایت را به دست آورده است.

### ● نظرسنجی از مردم تهران درباره فیلم‌های سینمایی و سریال‌های پخش شده از تلویزیون در هفته آخر آبان ماه ۸۵، نورهاشمی، میترا، آذر ۱۳۸۵.

بر اساس یافته‌های به دست آمده، بین فیلم‌های سینمایی پخش شده در هفته آخر آبان ماه، فیلم سینمایی «دیوانگی» (۱۶/۴ درصد) از شبکه پنج، بیشترین درصد بیننده و رضایت را کسب کرده است. در این هفته ۱۶ فیلم سینمایی از پنج شبکه تلویزیون پخش شده که در مجموع، ۴۴/۶ درصد پاسخگویان، حداقل یکی از آنها را تماشا کرده‌اند. در هفته مورد بررسی از کشورهای ایران و آمریکا هر کدام ۵ فیلم و از هر یک از کشورهای هند، هلند، ایتالیا، فرانسه، کره جنوبی و کانادا، ۱ فیلم پخش شده است. در بررسی

تحقیق و پژوهش‌های آتی در این زمینه بازگشایی شود. در این اثر صرفاً به ذکر کتاب‌های موجود در زمینه تمدن اسلامی پرداخته شده است و این هم به دلیل اهمیت خود این منابع بوده است و هم کثرت مقالاتی که در این زمینه موجود است. کاربرد دیگر این نوشتار که ضرورت پرداختن به آن را توجیه می‌کند، استفاده از این اثر در برنامه‌سازی است. این اثر می‌تواند پیش‌نیاز و زمینه‌ساز مناسبی برای تولید برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی باشد. آگاه‌سازی مسلمانان، ایرانیان و بویژه جوانان مسلمان به داشته‌ها و پیشینه‌های علمی و تمدنی می‌تواند زمینه‌ساز تحرک جدید و جدی آنان باشد.

### ● نظرسنجی از مردم تهران درباره فیلم‌های سینمایی و سریال‌های پخش شده از تلویزیون در هفته سوم آبان ماه ۸۵، خضریان، عاطفه، آبان ۱۳۸۵.

نتایج این نظرسنجی حاکی از آن است در بین فیلم‌های سینمایی پخش شده در هفته سوم آبان ماه، فیلم سینمایی «حمله زنبورها» (۳۷/۸ درصد) از شبکه سه، بیشترین درصد بیننده و رضایت را کسب کرده است. در این هفته ۱۹ فیلم سینمایی از پنج شبکه تلویزیون پخش شده که در مجموع، ۵۴/۶ درصد پاسخگویان، حداقل یکی از آنها را تماشا کرده‌اند. در هفته مورد بررسی از کشور آمریکا ۱۰ فیلم، از هر یک از کشورهای چین، ایران، انگلیس و محصول مشترک ۲ فیلم و از کشور هلند ۱ فیلم پخش شده است. در بررسی سریال‌ها به دلیل اینکه برخی از آنها یک بار در هفته و برخی ۶ یا ۷ روز در هفته پخش می‌شوند و این امر بر میزان پی‌گیری بینندگان مؤثر است، نتایج در دو بخش سریال هفتگی و روزانه ارزیابی شد. در مجموع ۸۱/۲ درصد پاسخگویان، حداقل یکی از سریال‌های پخش شده (هفتگی یا روزانه) را در هفته سوم آبان ماه تماشا کرده‌اند. در میان سریال‌ها، با پخش یک بار در هفته، سریال «اولین شب آرامش» (۶۰/۷ درصد) بیشترین میزان بیننده و رضایت را به خود اختصاص داده است. همچنین در میان ده سریال روزانه‌ای که در هفته از تلویزیون پخش شده‌اند، ۷ سریال ایرانی و ۳ سریال خارجی بوده‌اند که در بین آنها سریال ایرانی «کارآگاه رشید» (۵۶/۲ درصد) بیشترین میزان بیننده و رضایت را به دست آورده است.

سریال‌ها به دلیل اینکه برخی از آنها یک بار در هفته و برخی ۶ یا ۷ روز در هفته پخش می‌شوند و این امر بر میزان پیگیری بینندگان مؤثر است، نتایج در دو بخش سریال هفتگی و روزانه ارزیابی شد. در مجموع ۸۲ درصد پاسخگویان، حداقل یکی از سریال‌های پخش شده (هفتگی یا روزانه) را در هفته آخر آبان ماه تماشا کرده‌اند. در میان سریال‌ها، با پخش یک بار در هفته، سریال «کلاتر» (۵۸/۶ درصد) بیشترین میزان بیننده و رضایت را به خود اختصاص داده است. همچنین در میان ۹ سریال روزانه‌ای که در هفته از تلویزیون پخش شده‌اند، ۶ سریال ایرانی و ۳ سریال خارجی بوده‌اند که در بین آنها سریال ایرانی «کارآگاه رشید» (۶۴/۳ درصد) بیشترین میزان بیننده و رضایت را به دست آورده است.

### ● نظرسنجی از مردم تهران درباره فیلم‌های سینمایی و سریال‌های پخش شده از تلویزیون در هفته اول آذر ۸۵، نورهاشمی، میترا، آذر ۱۳۸۵.

مطابق نتایج این نظرسنجی، بین فیلم‌های سینمایی پخش شده در هفته اول آذرماه، فیلم سینمایی «جزیره ایکس» (۲۱/۴ درصد) از شبکه سه، بیشترین درصد بیننده و رضایت را به خود اختصاص داده است. در این هفته ۱۸ فیلم سینمایی از پنج شبکه تلویزیون پخش شده که در مجموع، ۴۷/۷ درصد پاسخگویان، حداقل یکی از آنها را تماشا کرده‌اند. در هفته مورد بررسی از کشور آمریکا ۷ فیلم، از ایران ۵ فیلم و از هر یک از کشورها هند، فرانسه، کره جنوبی، آلمان، انگلیس و مجارستان ۱ فیلم پخش شده است. در بررسی سریال‌ها به دلیل اینکه برخی از آنها یک بار در هفته و برخی ۶ یا ۷ روز در هفته پخش می‌شوند و این امر بر میزان پیگیری بینندگان مؤثر است، نتایج در دو بخش سریال هفتگی و روزانه ارزیابی شد. در مجموع ۸۱/۴ درصد پاسخگویان، حداقل یکی از سریال‌های پخش شده (هفتگی یا روزانه) را در هفته اول آذرماه تماشا کرده‌اند. در میان سریال‌ها، با پخش یک بار در هفته، سریال «کلاتر» (۶۱/۵ درصد) بیشترین میزان بیننده و رضایت را کسب کرده است. همچنین در میان ۹ سریال روزانه‌ای که در هفته از تلویزیون پخش شده‌اند، ۶ سریال ایرانی و ۳ سریال خارجی بوده است که در بین آنها سریال ایرانی «روز رفتن» (۵۰/۴ درصد) بیشترین میزان بیننده و

رضایت را به دست آورده است.

### ● بررسی نمایش انواع ارتباط زن و مرد در

#### سریال‌های تلویزیونی، دکتر میرساردو، مهر ۱۳۸۵.

سریال‌های تلویزیونی معمولاً از پر بیننده‌ترین برنامه‌های تلویزیونی محسوب می‌شوند در این سریال‌ها علاوه بر موضوعات و سوژه‌هایی که ارائه می‌شود، محتوا و عناصر به نمایش درآمده نیز از اهمیت بالایی برخوردار است. یکی از موضوعاتی که در بسیاری از سریال‌های پخش شده از شبکه‌های سیمای جمهوری اسلامی به چشم می‌خورد نوع روابط زنان و مردان است. با توجه به اهمیت این موضوع، چهار سریال او یک فرشته بود (شبکه دوم)، برای آخرین بار (شبکه پنج)، متهم گریخت (شبکه سوم) و مرده متحرک (شبکه یک) با استفاده از روش تحلیل محتوا و به صورت تمام شماری مورد بررسی قرار گرفتند و انواع روابط به نمایش درآمده در آنها با توجه به متغیرهای جنس، سن، شغل و تحصیلات تحلیل شده است. نتایج این بررسی نشان می‌دهد از کل صحنه‌های به نمایش درآمده در چهار سریال مورد بحث بیش از یک چهارم (۲۸ درصد) صحنه‌ها، به نمایش انواع ارتباطات بین زن و مرد پرداخته است که حدود یک سوم آنها (۳۴/۵ درصد) به روابط همسری و حدود دو سوم (۶۵/۵ درصد) به روابط غیرهمسری اختصاص داشته است. با در نظر گرفتن صحنه‌های مربوط به ارتباط دوستانه ازدواجی (۲۰/۳ درصد) و ارتباط عاشقانه و رمانتیک (۶/۹ درصد) می‌توان گفت در حدود ۶۱/۷ درصد از صحنه‌های ارتباطی در کل چهار سریال (صرف نظر از محتوی پیام کلامی و غیرکلامی) به نوعی ارتباط زن و مرد را با تأکید بر روابط نزدیک و عاطفی (غیر از نوع خانوادگی) به تصویر کشیده است در حالی که به سایر ارتباطاتی که در جامعه به طور معمول بین زنان و مردان وجود دارد مانند ارتباط شغلی، ارتباط همسایگی و ارتباط دوستانه غیرازدواجی کمتر پرداخته شده است و ارتباط تحصیلی اصلاً نشان داده نشده است. میزان نمایش ارتباط خانوادگی ۲۱/۱ درصد و سایر ارتباطات ۷/۶ درصد بوده است.

### ● نظرسنجی از مردم درباره اخبار ساعت ۲۰:۳۰

#### شبکه دوم، فاضلی، اشرف السادات، شهریور ۱۳۸۵.

نتایج این نظرسنجی حاکی از آن است که ۱۶/۲ درصد



۰/۵ درصد «هر روز» برنامه‌های این شبکه را گوش می‌دهند میانگین مدت زمان گوش کردن به برنامه‌های رادیو فرهنگ در بین پاسخگویان ۱۳ دقیقه و در بین شنوندگان این شبکه ۱ ساعت و ۴۰ دقیقه در روز بوده است. از این میان ۵۸/۷ درصد از شنوندگان رادیو فرهنگ بیشتر در «منزل» شنونده برنامه‌های این رادیو هستند. ۵۷/۱ درصد شنوندگان علاقه‌مندند در این شبکه رادیویی «موسیقی اصیل و سنتی» پخش شود. قابل ذکر است ۸۴/۱ درصد شنوندگان رادیو فرهنگ میزان حضور کارشناسان را در برنامه‌های این رادیو «خیلی خوب و خوب» ارزیابی کرده‌اند. از میان برنامه‌های رادیو فرهنگ، شنوندگان برنامه «نیستان» (۱۹/۸ درصد) را بیش از دیگر برنامه‌ها «هر روز و اکثر روزها» گوش می‌کنند. همچنین ۸۰/۲ درصد شنوندگان در حد «خیلی زیاد و زیاد» از برنامه‌های این رادیو رضایت داشته‌اند.

#### ● نظرسنجی از مردم تهران درباره بیماری ایدز،

پزش پور، مهرزاد، مهر ۱۳۸۵.

نتایج این نظرسنجی نشان می‌دهد ۱۶/۵ درصد پاسخگویان ایدز را نوعی بیماری و ۱۱/۲ درصد نوعی «بیماری ویروسی» می‌دانند. در زمینه منبع کسب اطلاع درباره ایدز ۶۲ درصد پاسخگویان به «برنامه‌های رادیو و تلویزیون» اشاره کرده‌اند. بین چگونگی به دست آوردن اطلاعات درباره بیماری ایدز و تحصیلات پاسخگویان رابطه معنادار وجود دارد. چنان‌که افراد دارای تحصیلات عالی (۲۲/۷ درصد) بیشتر و افراد بی‌سواد و دارای تحصیلات ابتدایی (۸/۶ درصد) کمتر از سایر گروه‌های تحصیلی، به خواندن کتاب و نشریه به عنوان منبع کسب اطلاعات در این زمینه اشاره کرده‌اند. ۶۷ درصد پاسخگویان معتقدند تعداد مبتلایان به این بیماری در کشور نسبت به سال‌های گذشته «بیشتر» شده است. همچنین در زمینه عمده‌ترین راه مبتلا شدن به بیماری ایدز ۴۹/۲ درصد به «استفاده از سرنگ مشترک برای تزریق مواد مخدر بین معتادان» اشاره کرده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد پاسخگویان نسبت به بیماران مبتلا به ایدز سوگیری و پیشداوری غیرمنطقی و غیرعلمی ندارند و ۵۶/۴ درصد «آموزش عمومی به همه مردم» را برای جلوگیری از اشاعه این بیماری در جامعه لازم می‌دانند. ۳۲/۳ درصد نیز معتقدند

«هر شب» اخبار ۳۰:۲۰ را از شبکه دوم تماشا می‌کنند. بنابر نظر ۷۱ درصد بینندگانی که به نحوی این اخبار را تماشا می‌کنند، بخش خبری ۳۰:۲۰ در حد «زیاد و خیلی زیاد» نیازهای خبری را تأمین می‌کند. ۳۲ درصد بینندگان «خبرهای اجتماعی» و ۳۱/۶ درصد «خبرهای سیاسی» را برای پخش از این بخش خبری ترجیح می‌دهند. همچنین ۲۶/۵ درصد بخش «گزارش‌های ویژه» و ۲۰/۲ درصد بخش «تریبون آزاد» را بیشتر از سایر بخش‌ها می‌پسندند. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد بینندگان، بخش خبری ساعت ۳۰:۲۰ را در «نحوه اجرای اخبار توسط مجری» (۹۳/۲ درصد)، «کوتاه بودن اخبار» (۹۲/۷ درصد) و «گزارش‌های خبری» (۸۹/۸ درصد) موفق‌تر از سایر موارد دانسته‌اند. گفتنی است بینندگان از نحوه اجرای آقای نجف‌زاده بیشتر از سایر گویندگان راضی بوده‌اند. (۷۶/۷ درصد) و دلیل آن را «میزان تسلط گوینده در بیان خبر» ذکر کرده‌اند. مهم‌ترین نقطه قوت بخش خبری ساعت ۳۰:۲۰ از نظر بینندگان «پخش اخبار جدید و به موقع» (۱۳/۸ درصد) است.

#### ● نظرسنجی از مردم تهران درباره برنامه وقف

میراث جاودان، فلاح‌نژاد، زهرا، مهر ۱۳۸۵.

نتایج این نظرسنجی نشان می‌دهد ۰/۸ درصد پاسخگویان «هر هفته و اکثر هفته‌ها» برنامه «وقف میراث جاودان» را تماشا کرده‌اند. از میان کسانی که به نحوی این برنامه را تماشا می‌کنند (۴/۲ درصد کل پاسخگویان) ۵۹ درصد در حد «خیلی زیاد و زیاد» گفته‌اند این برنامه سبب آشنایی آنان با فرهنگ وقف شده است. ۸۲ درصد نیز معتقدند این برنامه در حد «خیلی زیاد و زیاد» باعث تشویق مردم به انجام امور وقف می‌شود. همچنین ۴۶/۲ درصد بینندگان در حد «خیلی زیاد و زیاد» موافق بوده‌اند که فرهنگ وقف در حال حاضر در جامعه رواج دارد و ۲۳/۱ درصد در حد «خیلی زیاد» محتوای برنامه «وقف میراث جاودان» را مفید و سودمند دانسته‌اند.

#### ● نظرسنجی از مردم تهران درباره برنامه‌های

رادیو فرهنگ، خانی، محمد، شهریور ۱۳۸۵.

براساس یافته‌های به دست آمده، ۱۳/۱ درصد پاسخگویان به نحوی شنونده رادیو فرهنگ هستند چنان‌که



باید از سن « ۱۱ - ۹ » سالگی آموزش دربارهٔ چگونگی بیماری ایدز را به کودکان و نوجوانان آغاز کرد.

### ● بررسی میزان امید به آینده در نوجوانان و جوانان تهرانی، اسمی، رضا، آبان ۱۳۸۵.

براساس نتایج به دست آمده از این پژوهش، میانگین نمره میزان امید به آینده در شاخص کل از ۴ نمره ۲/۵۳ است. به بیان دیگر ۰/۹ درصد نوجوانان و جوانان به آینده بسیار امیدوار، ۷/۱ درصد امیدوار، ۴۶/۶ درصد تا حدی امیدوار، ۳۹/۱ درصد تا حدی ناامید، ۶ درصد ناامید و ۰/۳ درصد بسیار ناامید بوده‌اند. مقایسه میانگین نمرات امید به آینده نشان می‌دهد بین میزان امیدواری نوجوانان و جوانان تهرانی در ابعاد مختلف تفاوت معنی دار وجود دارد چنان که امید به آینده در شاخص روانی بیشترین میزان (۲/۸۷ درصد) و در شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی کمترین میزان (۲/۲۵) بوده است. وضعیت پاسخگویان نشان داد در شاخص روانی امید ۷ درصد، در شاخص تحصیلی ۳/۹ درصد، در شاخص سیاسی ۴/۳ درصد، در شاخص اجتماعی ۰/۸ درصد و در شاخص اقتصادی ۰/۳ درصد بسیار امیدوار هستند. بررسی شاخص‌های امید به آینده در بین نوجوانان و جوانان نشان داد که هیچ‌گونه تفاوت معنی داری بین دختران و پسران وجود ندارد. با افزایش درآمد افراد بر میزان امیدواری آنان در شاخص‌های روانی و اقتصادی افزوده شده است اما بین شاخص‌های اجتماعی، سیاسی، تحصیلی و کلی امید به آینده و میزان درآمد ماهانه خانواده رابطه معنی دار وجود نداشته است.

### ● نظرسنجی از مردم تهران درباره برنامه امروز تهران، فلاح نژاد، زهرا، آذر ۱۳۸۵.

مطابق نتایج این نظرسنجی ۹/۵ درصد پاسخگویان «هر شب و اکثر شب‌ها» بیننده برنامه «امروز تهران» بوده‌اند. از میان بخش‌های مختلف برنامه امروز تهران، ۸۶/۳ درصد بینندگان «گزارش از سطح شهر» را در حد «خیلی زیاد و زیاد» پسندیده‌اند. همچنین در خصوص تحقق اهداف برنامه ۸۵/۲ درصد معتقدند این برنامه در «ارائه اخبار و اطلاع‌رسانی در مورد مسائل شهر تهران» موفق یا کاملاً موفق بوده است. ۸۷/۷ درصد بینندگان برنامه «امروز تهران» و اجرای «آقای خیرخواه» را در حد «خیلی زیاد و

زیاد» پسندیده‌اند. گفتنی است ۳۹/۳ درصد علاقه‌مندند «شهردار و مسئولان شهرداری» به برنامه «امروز تهران» دعوت شوند. مهم‌ترین موضوع و مشکلی که ۱۴/۹ درصد بینندگان این برنامه ترجیح می‌دهند در برنامه طرح و بررسی شود؛ «ترافیک» است. شایان ذکر است ۹۰/۶ درصد در حد «خیلی زیاد و زیاد» از برنامه «امروز تهران» رضایت داشته‌اند

### ● نظرسنجی از مردم درباره اخبار صداوسیما، نجفی اصل، مرضیه، آبان ۱۳۸۵.

براساس نتایج به دست آمده، ۸۲ درصد از مردم کشور، بیننده اخبار سیما و ۲۳ درصد شنونده اخبار صدای جمهوری اسلامی ایران هستند. در بخش‌های خبری سیما، اخبار ساعت ۲۱ شبکه اول (۵۹/۴ درصد) و در بخش‌های خبری صدا، اخبار ساعت ۱۴ شبکه سراسری (۱۰/۳ درصد) پربیننده‌ترین و پرشنونده‌ترین اخبار کشور هستند. از بینندگان اخبار سیما ۸۲ درصد و از شنندگان اخبار صدا ۷۷ درصد از گویندگی خبر در حد «خیلی زیاد و زیاد» رضایت دارند. از میان کسانی که شنونده یا بیننده اخبار صداوسیما هستند، ۵۴ درصد اخبار صداوسیما را در حد «خیلی زیاد و زیاد» با واقعیت منطبق دانسته‌اند و ۷۱ درصد صداوسیما را در سرعت خبررسانی در حد «خیلی زیاد و زیاد» موفق شمرده‌اند. شایان ذکر است ۴۸ درصد از شنندگان یا بینندگان اخبار صداوسیما را در حد «خیلی زیاد و زیاد» بی‌طرفانه دانسته‌اند و ۷۳ درصد در حد «خیلی زیاد و زیاد» به آن اعتماد دارند. سیمای جمهوری اسلامی عمده‌ترین رسانه مورد استفاده مردم برای کسب خبر است.

### ● تحلیل محتوای خشونت در فیلم‌های سینمایی و سریال‌های شبکه‌های ۱، ۳ و ۵، صالحی، زیبا، شهریور ۱۳۸۵.

نتایج به دست آمده از تحلیل محتوای خشونت در فیلم‌های سینمایی و سریال‌های شبکه ۱، ۳ و ۵ که طی آن فیلم‌ها و سریال‌های سال ۸۴ مورد بررسی قرار گرفته و نتایج آن با پژوهش مشابه در سال ۷۹ مقایسه شده است، بیانگر آن است که مدت زمان خشونت در فیلم‌های سینمایی شبکه یک در سال ۸۴ نسبت به ۷۹ کمتر بوده است (۱۹



هستند ۸۵/۷ درصد این شبکه را در زمینه «توانایی در بیان مطالب و مفاهیم» در حد «خیلی زیاد و زیاد» موفق دانسته‌اند. عمده‌ترین موضوع مورد علاقه شنوندگان رادیو سراسری برای پخش از این شبکه موضوعات «اجتماعی» (۱۹ درصد) است. از میان برنامه‌های رادیو سراسری (ایران) شنوندگان، برنامه «راه شب» را بیش از سایر برنامه‌ها «همیشه و اکثر اوقات» گوش می‌کنند. گفتنی است ۷۲ درصد شنوندگان این رادیو در حد «خیلی زیاد و زیاد» به مطالب و موضوعاتی که در این شبکه مطرح می‌شود، اعتماد دارند و ۷۸/۳ درصد نیز در حد «خیلی زیاد و زیاد» از برنامه‌های رادیو سراسری رضایت دارند.

#### ● **نظرسنجی از والدین دارای فرزند ۷ تا ۱۲ ساله درباره تأثیرات تلویزیون بر کودکان، خضریان، عاطفه، آبان ۱۳۸۵.**

برابر نتایج به دست آمده از این نظرسنجی، بنا بر نظر والدین، فرزندانشان در شبانه‌روز به طور متوسط ۵ ساعت و ۱۲ دقیقه تلویزیون تماشا می‌کنند. ۵۳ درصد والدین اظهار کرده‌اند که فرزندانشان بیشتر بیننده برنامه‌های کودک و نوجوان تلویزیون هستند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد ۴۷ درصد از والدین در حد «خیلی زیاد و زیاد» معتقدند تلویزیون سبب «دیر خوابیدن و دیر بیدار شدن» کودکان می‌شود. ۳۹ درصد نیز بر این باورند که تلویزیون بر عادت مطالعه فرزندانشان تأثیر دارد و باعث کم شدن مطالعه آنان می‌شود. براساس نظر والدین از دیگر اثرات تماشای تلویزیون بر کودکان «تماشای آگهی‌های تبلیغاتی و علاقه به خرید مواد خوراکی کم ارزش» است. بنابر نتایج این پژوهش به نظر والدین مهم‌ترین رفتار تقلیدی منفی‌ای که کودکان با تماشای برنامه‌های تلویزیون یاد می‌گیرند، «به کارگیری و تکرار تکیه کلام‌ها و اصطلاحات نامناسب برخی از برنامه‌های تلویزیون در زندگی روزمره است».

#### ● **نظرسنجی از خردسالان و کودکان ۳ تا ۹ ساله درباره برنامه‌های رنگین‌کمان و دردونه‌ها، حسینی، مریم، مهر ۱۳۸۵.**

نتایج این نظرسنجی حاکی از آن است دو برنامه «رنگین‌کمان» و «دردونه‌ها» در جلب توجه مخاطبان خردسال و کودک تا حدود زیادی موفق بوده‌اند زیرا بالغ بر

درصد در مقابل ۲۷ درصد) در حالی که مدت زمان خوشونت در سریال‌های سال ۸۴ این شبکه نسبت به سال ۷۹ دو برابر شده است (۴۱ درصد در مقابل ۲۰ درصد). همچنین مدت زمان خوشونت در فیلم‌های سینمایی شبکه سه در سال ۷۹ و ۸۴ یکسان بوده است (هرکدام ۳۴ درصد) در حالی که این مدت در سریال‌های سال ۸۴ این شبکه نسبت به سال ۷۹ به یک سوم کاهش یافته است (۱۵ درصد در مقابل ۴۷ درصد) و مدت زمان خوشونت در فیلم‌های سینمایی شبکه پنج در سال ۸۴ نسبت به سال ۷۹ بیشتر بوده است (۴۷ درصد در مقابل ۳۹ درصد) این نسبت در مورد سریال‌های این شبکه نیز وجود دارد (۴۴ درصد در مقابل ۳۳ درصد). مقایسه اعمال خوشونت‌آمیز مشاهده شده در برنامه‌های مورد بررسی سال‌های ۷۹ و ۸۴ هر شبکه نشان می‌دهد در سال ۸۴ اعمال خوشونت‌آمیز برنامه‌های شبکه یک بیشتر از سال ۷۹ بوده است (۳۱ درصد در مقابل ۲۷ درصد) و در سال ۸۴ اعمال خوشونت‌آمیز برنامه‌های شبکه سه کمتر از سال ۷۹ است (۲۹ درصد در مقابل ۳۹ درصد). همچنین اعمال خوشونت‌آمیز در برنامه‌های سال ۷۹ بوده است (۴۰ درصد در مقابل ۳۴ درصد). اعمال خوشونت‌آمیزی چون شلیک با اسلحه، استفاده از شلاق و باتوم، مشت زدن، تحقیر کردن و شمشیر زدن در سال‌های ۷۹ و ۸۴ بیش از اعمال خوشونت‌آمیز دیگر به نمایش درآمده‌اند. زمینه خوشونت در سال ۸۴ در فیلم‌های سینمایی، بیشتر «عمل جنایی» در سریال‌ها بیشتر «دفاع از آزادی‌های مدنی» و در سال ۷۹ در فیلم‌های سینمایی و سریال‌ها بیشتر «عمل جنایی» بوده است.

#### ● **نظرسنجی از مردم تهران درباره برنامه‌های رادیو سراسری (ایران)، خانی، محمد، آذر ۱۳۸۵.**

نتایج این نظرسنجی نشان می‌دهد ۱۸/۹ درصد پاسخگویان به نحوی شنونده رادیو سراسری هستند چنان که ۳/۳ درصد «هر روز» برنامه‌های این شبکه را گوش می‌دهند. از میان شنوندگان رادیو سراسری، ۳۵/۴ درصد برنامه‌های این شبکه را بیشتر بین ساعت ۹ تا ۱۰ صبح گوش می‌کنند همچنین ۶۸/۳ درصد از این گروه بیشتر از طریق «رادیوی خانگی» شنونده برنامه‌های این رادیو هستند. از میان کسانی که به نحوی شنونده رادیو سراسری

۹۰ درصد بینندگان به نحوی این برنامه‌ها را تماشا می‌کنند و تقریباً همه افراد مورد بررسی علاقه مند به ادامه پخش آنها هستند با این حال بخش قابل توجهی از بینندگان دو برنامه (۳۵ درصد بینندگان رنگین کمان و ۵۰ درصد بینندگان دردونه‌ها) از میان بخش‌های مختلف برنامه بیشتر به کارتون‌های میان برنامه علاقه دارند. کودکان و خردسالان شخصیت عروسکی برنامه رنگین کمان «چپل» را بیشتر از شخصیت‌های انسانی و مجریان برنامه دوست دارند (۹۲ درصد) چنان‌که آن‌را بیشتر شناسایی کرده و به صحبت‌های آن بیشتر از صحبت‌های مجری اظهار علاقه کرده‌اند. در برنامه دردونه‌ها نیز ۸۹ درصد به شخصیت «گل بهاره» علاقه‌مندند. در میان بخش‌های مختلف برنامه «دردونه‌ها»، «شعر و سرودهای آن» کمتر با استقبال کودکان و خردسالان مواجه شده است زیرا تنها ۱۶ درصد بینندگان از این بخش خوششان آمده است. همچنین در برنامه رنگین کمان «حرف‌های خاله نرگس» و «بهار و فائزه» برای بینندگان خردسال و کودک جذابیت کمتری داشته است.

### ● بررسی میزان اطلاع کودکان و نوجوانان از زندگی پیامبر (ص)، خضریان، عاطفه، آبان ۱۳۸۵.

مطابق نتایج به دست آمده، در مجموع میزان اطلاع ۱۳ درصد کودکان و نوجوانان از زندگی پیامبر (ص) در حد «بالا» است. با افزایش پایه تحصیلی بر میزان آشنایی این افراد با زندگی پیامبر افزوده شده است به این ترتیب که پاسخگویان با تحصیلات دیپلم و پیش‌دانشگاهی (۳۲ درصد) بیشتر و پاسخگویان با تحصیلات ابتدایی (۴ درصد) کمتر از سایرین از زندگی پیامبر اطلاع داشته‌اند. از میان حوادث زمان تولد پیامبر ۶ درصد کودکان و نوجوانان از «فرو ریختن قسمتی از کاخ انوشیروان پادشاه ایران» اطلاع داشته‌اند. ۶۴ درصد کودکان و نوجوانان از نسبت حضرت فاطمه (س)، پیامبر (ص)، ۱۶ درصد از شبانی (چوپانی) پیامبر، ۷۱ درصد از لقب پیامبر در دوران جوانی در مکه (محمد امین)، ۵۴ درصد از سن پیامبر در زمان بعثت (۴۰ سالگی) و ۵۰ درصد از محل مبعوث شدن ایشان (غار حراء) مطلع بوده‌اند. علاوه بر این ۱۰ درصد کودکان و نوجوانان نیز تاریخ بعثت آن حضرت (۲۷ رجب) را می‌دانسته‌اند. از نظر ۵۶ درصد کودکان و نوجوانان

مهم‌ترین باور حضرت محمد (ص) در دوران پیامبری (حضرت علی (ع)) بوده است. گفتنی است ۵۴ درصد آنان از وقوع «جنگ احد» در زمان پیامبر اطلاع داشتند. ۳۵ درصد کودکان و نوجوانان نیز از رخداد جانشینی حضرت علی (ع) در آخرین حج پیامبر مطلع بوده‌اند. از نظر کودکان و نوجوانان «مهربانی» (۲۷ درصد) مهم‌ترین ویژگی اخلاقی حضرت محمد (ص) است که آنان علاقه دارند درباره آن بیشتر بدانند. مهم‌ترین منبع اطلاع آنان از زندگی پیامبر «کتاب‌های درسی» بوده است (۵۹ درصد در حد خیلی زیاد و زیاد). شایان ذکر است تقریباً نیمی از کودکان و نوجوانان دوست دارند برنامه‌هایی پیرامون «ماجرای و اتفاقات زندگی پیامبر» در قالب «فیلم سینمایی و سریال غیرکارتونی» ساخته شود و ۷۴ درصد در حد «خیلی زیاد و زیاد» دوست دارند یک فیلم سینمایی شاخص در قالب اینمیشن درباره زندگی حضرت محمد (ص) ساخته شود.

### ● نظر سنجی از مردم درباره اخبار ساعت ۱۴ شبکه اول، ترابی، مهناز، شهریور ۱۳۸۵.

نتایج این نظرسنجی نشان می‌دهد ۸/۵ درصد بینندگان اخبار تلویزیون «هر روز»، ۱۶/۷ درصد «بیشتر روزها»، ۱۸/۴ درصد «بعضی روزها» و ۱۳/۴ درصد «به ندرت» اخبار ساعت ۱۴ را از شبکه اول تماشا می‌کنند. ۶۰/۲ درصد بینندگان اظهار کرده‌اند بخش خبری ۱۴ در حد «زیاد و خیلی زیاد» نیازهای خبری آنان را تأمین می‌کند. همچنین ۲۴/۹ درصد «خبرهای سیاسی» و ۲۱/۸ درصد «خبرهای اجتماعی» را برای پخش از این بخش خبری ترجیح می‌دهند. گفتنی است ۶۵/۵ درصد بینندگان در حد «خیلی زیاد و زیاد» به اخبار ساعت ۱۴ شبکه اول سیما اعتماد دارند. از نظر بینندگان بخش خبری ساعت ۱۴، این بخش در «پخش مهم‌ترین عنوان‌های خبری در ابتدای خبر» (۸۸ درصد) موفق‌تر از سایر موارد بوده است و ۲۷/۷ درصد در حد «خیلی زیاد و زیاد» از شکل ارائه خبر در این بخش خبری راضی هستند. نتایج به دست آمده بیانگر آن است که بینندگان از نحوه اجرای خبر از سوی «محمد رضا حیاتی» (۳۹/۱ درصد) و «فؤاد بابان» (۳۰/۳ درصد) بیش از سایرین رضایت دارند که دلیل آن را «میزان تسلط گوینده در بیان خبر» عنوان کرده‌اند.

### ● سفیر ولایت؛ سبیری در زندگانی حضرت مسلم بن عقیل علیه‌السلام، هادی منش، ابوالفضل، آذر